

**PENGARUH DESAIN KEMASAN (*PACKAGING*)
PADA *IMPULSIVE BUYING***

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi
(S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Priscilla Christy

NPM : 11 03 19236

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
JANUARI 2015**

**PENGARUH DESAIN KEMASAN (*PACKAGING*) PADA
*IMPULSIVE BUYING***

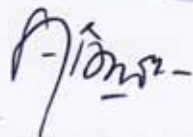
Disusun oleh :

Priscilla Christy

NPM: 11 03 19236

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Dr. J. Ellyyawati, MM.

10 Desember 2014

SKRIPSI
PENGARUH DESAIN KEMASAN (*PACKAGING*) PADA *IMPULSIVE*
BUYING

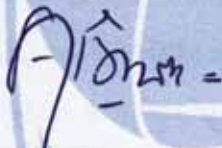
Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Priscilla Christy
NPM: 11 03 19236

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 14 Januari 2015
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi
(S1) Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Dr. J. Ellywati, MM.

Anggota Panitia Penguji

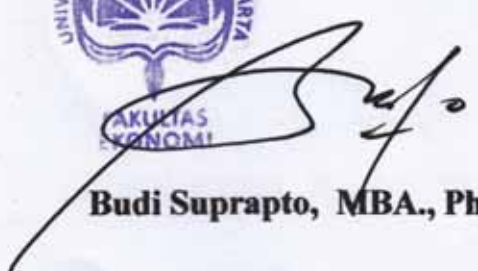


P. Didit Krisnadewa, Drs., MM.



Nadia Nila Sari, SE., MBA

Yogyakarta, 25 Januari 2015
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :

PENGARUH DESAIN KEMASAN (*PACKAGING*) PADA *IMPULSIVE BUYING*

Benar-benar hasil tulisan saya. Pernyataan, ide-ide, maupun kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam karya tulis ini dalam daftar pustaka. Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruh karya tulis ini, maka saya bersedia melepaskan gelar yang saya peroleh dan akan dikembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 10 Desember 2014

Yang menyatakan



Priscilla Christy

Sebab A ku ini mengetahui rancangan-rancangan yang
ada pada-Ku mengenai kamu, demikianlah Firman

T U H A N,

.. yaitu rancangan Damai S ejahtera dan bukan
rancangan kecelakaan, untuk memberikan hari depan yang
penuh Harapan.

Yeremia 29 : 11

I'ma Princess Not Because I have a Prince but,
Because My Father is a King and He is G O D..

Skripsi ini Kupersembahkan untuk :

Tuhan Yesus Kristus

My Idol, Papi & Mami

Saudara & Sahabatku tersayang

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat kasih dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SI) pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak yang bersifat langsung maupun tidak langsung, tugas akhir ini tidak akan terselesaikan. Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang sudah memberikan kekuatan dalam menempuh studi S1 serta memampukan penulis menyusun dan menyelesaikan skripsi.
2. Papi dan Mami yang selalu memberikan doa, nasehat, serta dukungan baik dari segi material, dan spritual untuk penulis menyelesaikan studi S1.
3. Cicik, dan Nonik yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam penyusunan skripsi.
4. Ibu Dr. J. Ellyawati, MM. selaku dosen pembimbing yang selama ini dengan penuh kasih dan kesabaran telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran untuk penulis selama penyusunan skripsi.
5. Rektor beserta Dekan, Dosen dan karyawan bagian akademik, tata usaha, bagian pengajaran, dan unit perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan pelayanan dengan tulus kepada penulis untuk memperoleh pengetahuan yang lebih baik.
6. My dearest, Inka Roza Febrian yang selalu menemani dan memberikan dukungan serta meluangkan waktunya untuk membantu penulis menyusun skripsi.

7. Sahabat-sahabatku, Shasha, Jessica NK, Zendy, Cintot, Evi, Ozzy, Devi, Alvon, Vale, Gisela, 3D, dan seluruh sahabatku yang ada di
8. Universitas Atma Jaya yang selama ini telah menemani dan memberikan semangat.
9. Semua pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu per satu yang sudah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi.

Semoga Tuhan membalas segala kebaikan untuk semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi. Penulis sadar akan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk terciptanya kesempurnaan skripsi ini agar dapat bermanfaat untuk semua pihak.

Yogyakarta, 10 Desember 2014

Penulis

Priscilla Christy

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4

BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Pengertian Kemasan(<i>Packaging</i>).....	6
2.2 Pengertian <i>Impulsive Buying</i>	11
2.3 Penelitian Sebelumnya.....	15
2.4 Pengembangan Hipotesis	22
2.4.1 Pengaruh Desain grafis pada <i>impulsive buying</i>	22
2.4.2 Pengaruh Struktur desain pada <i>impulsive</i> <i>Buying</i>	22
2.4.3 Pengaruh Informasi produk pada <i>impulsive buying</i>	23
2.5 Kerangka Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Data dan Sumber Data	24
3.1.1 Obyek Penelitian	24
3.1.2 Subyek Penelitian	25
3.1.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	25
3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	25
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.4 Metode Pengukuran Data.....	27
3.5 Definisi Operasional.....	27
3.6 Metode Pengujian Instrumen	28

3.7.1 Uji Validitas	29
3.7.2 Uji Reliabilitas	30
3.7 Metode Analisis Data.....	30
3.7.1 Analisis Diskriptif Statistik.....	31
3.7.2 Analisis Regresi	31
3.7.3 Analisis <i>Independent Sample t-test</i>	34
3.7.4 Analisis <i>Oneway Anova</i>	35
BAB IV ANALISIS DATA.....	36
4.1 Pengujian Instrumen	36
4.2 Analisis Diskriptif Statistik.....	39
4.3 Analisis Regresi	41
4.4 Analisis <i>Independent Sample t-test</i>	44
4.5 Analisis <i>Oneway Anova</i>	46
4.6 Pembahasan.....	48
BAB V PENUTUP.....	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran.....	52
5.3 Kelemahan Penelitian	53
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu mengenai Desain Kemasan (<i>Packaging</i>) dan <i>Impulsive Buying</i>	16
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan tentang Kemasan (<i>packaging</i>) Puding Jele	40
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Puding Jele....	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Pengaruh Desain Kemasan (<i>Packaging</i>) pada <i>Impulsive Buying</i>	42
Tabel 4.7 Hasil Uji antara Desain Kemasan (<i>packaging</i>) dan <i>Impulsive</i> <i>Buying</i> terhadap Perbedaan Gender	45
Tabel 4.8 Hasil Uji antara Desain Kemasan (<i>packaging</i>) dan <i>Impulsive</i> <i>Buying</i> terhadap Perbedaan Usia.....	46

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Model Penelitian	23
-----------------------------------	----

SSS



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuisisioner
Lampiran II	Validitas dan Reliabilitas
Lampiran III	Analisis Deskriptif Statistik
Lampiran IV	Analisis Regresi
Lampiran V	Analisis <i>Independent Sample t-test</i>
Lampiran VI	Analisis <i>Oneway Anova</i>
Lampiran VII	Tabel Distribusi R
Lampiran VIII	Contoh Produk Puding Jele

PENGARUH DESAIN KEMASAN (*PACKAGING*) PADA *IMPULSIVE BUYING*

Disusun oleh:

Priscilla Christy

NPM: 11 03 19236

Pembimbing:

Dr. J. Ellyawati, MM.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh desain kemasan (*packaging*) pada *impulsive buying*. Populasi pada penelitian ini ialah seluruh warga Yogyakarta yang mengetahui dan pernah membeli puding Jele. Sampel dalam penelitian ini ialah warga Yogyakarta yang bertempat tinggal di daerah Depok, Sleman Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuisioner pada 220 responden. Penelitian ini menggunakan alat analisis deskriptif statistik, analisis regresi berganda, analisis *independent sample t-test*, dan analisis *oneway anova* dengan bantuan program *SPSS* versi 16.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan (*packaging*) puding Jele memiliki pengaruh yang signifikan dan positif pada *impulsive buying*. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa ketiga dimensi dari desain kemasan (*packaging*) puding Jele berpengaruh pada *impulsive buying*.

Kata kunci: Desain Kemasan (*packaging*), *Impulsive Buying*, Desain Grafis, Struktur Desain, dan Informasi produk.